

<<中用管理智慧>>

图书基本信息

书名：<<中用管理智慧>>

13位ISBN编号：9787503540769

10位ISBN编号：7503540761

出版时间：2008-12

出版时间：中共中央党校出版社

作者：高天增

页数：237

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 前言

高天增先生是我多年的朋友，他是一位爱学、上进、勤奋，把人生价值与社会价值融为一体的实业管理者。

他提出“中用”这种管理思想是三年前的事情，我当时并没有特别在意，只是觉得能够自己琢磨点东西对个人成长有益。

毕竟能经得起诱惑、又耐得住寂寞的管理者很少，直到三年后邀我为《中用管理智慧》一书作序的这一刻，我才突然意识到：多年来，一直不畏艰难，不屈地实践、追求这种管理思想的精神，在今天是多么的珍贵。

虽然这种管理思想还有待不断地完善，但作为学者，我认为“中用”是管理思想的一块沃土、一粒金种子、一颗充满活力和灵性的幼苗，我们需要呵护她、珍惜她。

《中用管理智慧》一书的内容可以简要地概括为：三种状态（和态、安态、生态）、二种素质（企业素质、企业家素质）、一种价值观（健康），我认为有两点值得注意：一点是本书所提出和态、安态、生态三种管理状态。

这三种管理状态，是我国经济健康发展的基本指导原则，也是党的十七大精神的具体化，更是一个合格的企业管理者应该去学习、去醒悟的管理思想。

一点是本书所强调中用管理思想的协调性。

在此基础上，作者提出了企业素质与企业家素质这两个企业管理中的最根本问题，企业素质决定了企业的质量，企业家素质决定了企业的命运。

作者结合自己在企业管理中的感受，强调了协调性在提升企业素质和企业家素质中的重大作用，并对协调机制、协调特性在理论上给予了系统的阐述。

这两点是中用思想的核心所在，也是本书的亮点所在。

本书也存在着明显的不足之处，比如：对中用思想的产生基础只是笼统地提了一下，对于缺乏国学基础的读者显得有些唐突；篇与篇之间只是通过主导思想相衔接，过渡性地衔接不够流畅等，但这些瑕不掩瑜。

毕竟中用管理思想是个大系统，每一个篇章都有丰富的内容，不可能全面概括，本书在抛砖引玉的基础上，针对性地突出了中用管理思想的重点与核心。

作为一位传统文化的研究者，我一直提倡：传统文化现代化、现代文化传统化。

这是当今社会和谐文化、和谐精神、和谐发展的必然趋势，中用管理思想响应了这一趋势：中国传统管理思想与现代管理思想有机融合的具体化。

中用管理思想是传统中的创新，是现代中的反思。

在这个多元的时代，它需要不断的完善，需要经过更多的实践检验，需要更多人付出更多的艰辛努力。

“千岩万壑不辞劳，远看方知出处高”。

正如古人所言，我们需要不屈的精神、包容的心胸和高远的视角，来清晰一种思路，探索一种思想，构建一种思维；明确一个概念，树立一种信念，建设一种经济哲学新思想。

## 内容概要

企业员工有了安身立命的工作岗位，有安居乐业的生活环境，企业的内部环境自然会和谐有序，企业内部的凝聚力自然也增强，这是企业健康发展的标志。  
企业有爱，才有责任，企业的员工才会爱自己、爱家庭、爱企业，企业才会爱社区、爱国家。

书籍目录

前言一 中用之道在于用中二 我希望：健康的成长着三 从中原出发：做中国企业管理理论的奠基人第一篇 “中”之随谈一 产权与话语权二 中用管理思想要素概览表三 中与好四 安和利善的追求五 康乐美智信（诚）的追求第二篇 和态管理一 企业协调的五化二 不协调要素三 协调机制的结构四 协调机制软与硬五 协调机制的优化六 协调机制的特色七 协调随谈第三篇 安态管理一 广安之安二 人才之安三 企业之安四 社会之安第四篇 生态管理一 时代与生态二 企业生态三 现代企业生态经营设计四 现代企业生态经营五 现代企业生态经营优化六 企业生态与生态营销七 文化生态第五篇 企业家素质一 企业家之天道二 企业家之命道三 企业家之王道四 天、命、王之用第六篇 企业素质一 企业之大道二 企业之中道三 企业之久道第七篇 中与度一 有度二 用度七大功夫三 和度管理第八篇 中与行一 可持续发展二 企业健康附录（一）邀同盟书（二）学习宣言（三）创新宣言（四）进化宣言后记

## 章节摘录

企业的终极目标是完成止于至善天下大德，这无疑也是企业的经营者人生价值追求之流露，儒家思想中的“修身、齐家、治国、平天下”也正是这种思想的写照。

在今天的企业经营实践当中，一些有社会责任感、有时代使命感、有长远战略眼光的企业家，提出了适合当今企业发展的新儒家价值观，重新给企业的追求下了定义，他们强调：“修身、富家、强企、爱社区、报国家”的企业价值观。

企业首先要不断地完善自身，提升自身的竞争力、提高员工的生活水平、改善员工的工作环境，为员工提供安身立命的工作岗位，通过企业的发展来提升员工的生活质量，通过员工的发展来改变家庭的生活质量，让家庭富裕起来，让人人都安居乐业。

这是当今企业最基本的职责，这也是企业为员工提供的“安”。

企业员工有了安身立命的工作岗位，有安居乐业的生活环境，企业的内部环境自然会和谐有序，企业内部的凝聚力自然也增强，这是企业健康发展的标志。

爱社区、报国家是企业的社会责任。

没有脱离环境而生活在真空里的企业，企业的健康发展与企业的周围环境关系密不可分。

企业的经营者要尽力去改善企业的经营环境，而且要主动去承担责任、付出爱心，处理好这种“鱼”与“水”的关系。

如果说建设好社区环境是企业一种爱心的体现，那回报国家便是企业的大爱心的体现。

企业有爱，才有责任，企业的员工才会爱自己、爱家庭、爱企业，企业才会爱社区、爱国家。

但这种止于至善之道的爱与利的关系是分不开的。

这也是企业经营者必须要处理好的关系。

我们提倡基于仁义的大利。

中国几千年的文化体系中，古今中外的文化体系中，没有不讲利的，我们生活当中的俗语也说：

“无利不早起”、“人为财死，鸟为食亡”。

儒家思想中，义利之辩最为常见，而很多人只强调利，而把义的内涵给狭隘化了，把仁义之利给错解了，甚至把“义”与“利”对立起来。

孰不知，仁义是利的根本，用仁义的手段，从事仁义的事业去创利，才是根本上的大吉大利。

首先，企业的经营当中利益的分配机制是个问题，孟子曰：“夫君欲利则大夫欲利，大夫欲利则庶民欲利，上下争利，则国危矣。”

如果处理不好这种利益的分配问题那企业的经营很容易陷入危机，这是企业经营者必须要重视的问题。

当前的很多人都只是贪图眼前的急功近利，而不顾长远的巨利，虽然心知其然，而行有所不能也。

春秋战国时期关于利之公私的辩论中，产生了两个极端的派别：一个是墨子，另一个是杨子。

墨子主张：摩顶放踵，以利天下，从头到脚都可以放弃，而不遗余力地去为别人谋利，是彻头彻尾的牺牲自我，以利别人。

而杨子主张：拔一毛，而利天下，不为也。

天下每一个人都是这样一毛不拔，但也不妨害别人的利益。

这两种主张都是很极端的状态，根本不可能做得到。

既不会像墨子所说，人人都大公无私，天下共利；也不可能像杨子所说：人人为己，既争取自己的自由，又不妨害别人的自由。

那么如何解决这个问题呢？

那就只有回过头来看看儒家的中庸，中庸不是调和论，它是兼容并蓄而适可而止的中道，是合理、和利、同行的大分配原则，企业的经营者要遵循这种分配原则。

再者，公推为五经之首的《易经》也有多处谈利的问题，其主要思想便是“利用安身”。

简单地说用利来安身，如民营企业的股份制改造、企业内部的员工持股等都是用利的表现。

但更为重要的是：它告诉我们企业经营者进行利益分配的一个指导性原则：就是要懂得用利，而不要被利用。

同时，这也是我们企业经营者利于至善的追求所在。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>